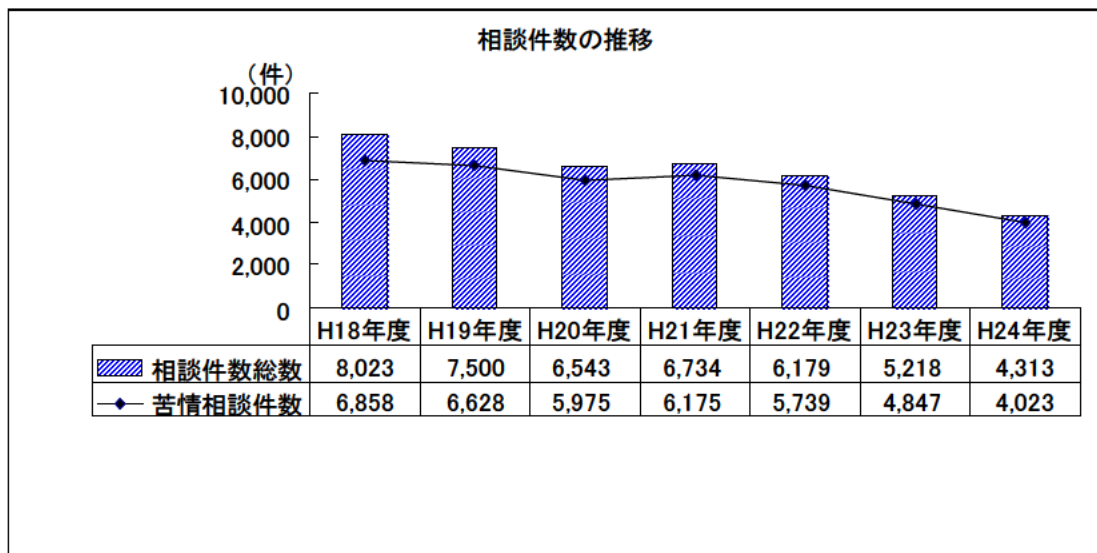


## 三重県消費生活センターの相談件数等の概要（平成 24 年度）

平成 24 年 4 月から平成 25 年 3 月までの 1 年間に、三重県消費生活センターで受け付けた消費生活相談件数等の概要をお知らせします。

### 1. 相談件数全般に関する概要

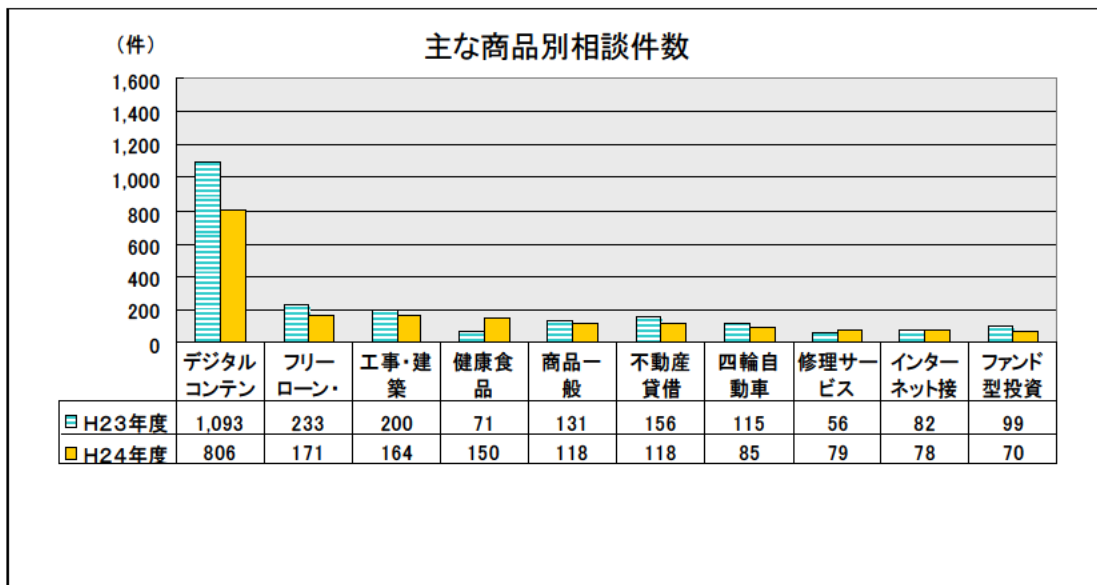


・相談件数総数は 4,313 件で、前年度比 905 件（17.3%）減少しました。減少の原因としては、相談の中で大きな割合を占めている不当・架空請求の減少傾向が継続していること、また、県民の皆さんに身近な市町相談窓口が充実され窓口の周知が図られたことなどが考えられます。

・相談件数総数のうち、問い合わせ等を除く苦情相談件数は 4,023 件で、前年度比 824 件（17.0%）減少しました。

・苦情相談件数の中で、架空・不当請求に関する相談が最も多く 707 件で、前年度比 257 件（26.7%）減少しました。

## 2. 商品・役務別にみた概要



・商品・役務別にみると、「デジタルコンテンツ」が最も多く 806 件で、前年度比 287 件（26.3%）減少しました。

・「フリーローン・サラ金」は、前年度比 62 件（26.6%）減少しました。なお、県では 20 年度から、多重債務者相談連携システム（多重債務相談を受け付けた場合、債務状況を聞いた後に専門機関【弁護士・司法書士】を紹介する。）を運用しており、24 年度は 12 人がシステムを利用しました。

・「工事・建築」は 164 件で、前年度比 36 件（18%）減少しました。

・注文した覚えのない商品を送り付けようとする電話勧誘が頻発したため、「健康食品」が 150 件と前年度に比べ倍増しました。

## 3. 契約当事者性別にみた概要

	男性		女性	
	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数
1	デジタルコンテンツ	507	デジタルコンテンツ	289
2	フリーローン・サラ金	115	健康食品	117
3	工事・建築	98	商品一般	64
4	不動産貸借	63	工事・建築	56
5	四輪自動車	50	フリーローン・サラ金	52

・契約当事者の性別で見ると、「男性」は 1,970 件（49.0%）、「女性」は 1,844 件（45.8%）で、前年度とほぼ同じ割合でした。

・「男性」については、「デジタルコンテンツ」が最も多く 507 件で、「女性」の 289 件に対して約 1.75 倍の件数となりました。次いで「男性」では「フリーローン・サラ金」が 2 番

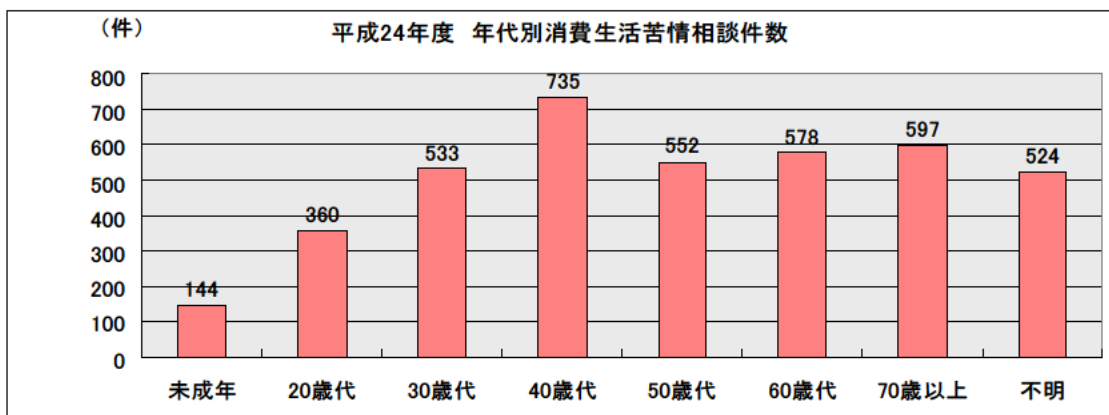
目に多く 115 件で、「女性」の 52 件に対して約 2.2 倍の件数となりました。

・「女性」については、「デジタルコンテンツ」に次いで、「健康食品」が 2 番目に多く 117 件で、「男性」の 31 件に対して約 3.8 倍の件数となりました。

・「男性」、「女性」ともに「工事・建築」が「デジタルコンテンツ」以外で上位に入りました。（「男性」：3 番目で 98 件、「女性」：4 番目で 56 件）

・その他に、「男性」は「不動産貸借」、「四輪自動車」、「女性」は「商品一般」がそれぞれ上位に入りました。

#### 4. 契約当事者年代別にみた概要



・契約当事者を年代別で見ると、40 歳代が最も多く 735 件（構成比 18.3%）で、以下は 70 歳以上の 597 件（構成比 14.8%）、60 歳代の 579 件（構成比 14.4%）の順となりました。

・相談件数に占める高齢者の割合が増加しており、前年度比で 60 歳代は 1.7%増、70 歳以上は 1.2%増となりました。

・年代別の主な商品・役務については、60 歳代以下の全年代において、「デジタルコンテンツ」が最も多く、「フリーローン・サラ金」が 60 歳代以下、「不動産貸借」が 50 歳代以下の全年代で 10 位以内に入りました。

・70 歳以上の高齢者からの相談については、「健康食品」が最も多く 75 件で、2 番目に「工事・建築」が多く 44 件、以下「商品一般」が 22 件、「デジタルコンテンツ」、「ファンド型投資商品」が 21 件と続きました。

・未成年からの相談については、「デジタルコンテンツ」が最も多く、全体の 70%を占めました。

## 5. 販売購入形態別にみた概要

販売購入形態	件数	商品・役務名					
		1		2		3	
通信販売	1,282	デジタル コンテンツ	792	商品一般	22	フリーローン・ サラ金	20
店舗購入	1,277	フリーローン・ サラ金	108	不動産貸借	105	工事・建築	79
訪問販売	460	工事・建築	68	新聞	42	ソーラーシステム	28
電話勧誘販売	440	健康食品	103	インターネット 接続回線	42	ファンド型投資商品	39
マルチ商法	57	健康食品	17	商品一般 婦人下着	各5	ミネラルウォーター	4
ネガティブ オプション	18	健康食品	4	カレンダー、コーヒー、プレスレット他			各 1

・「通信販売」(構成比 74.9%) 前年度比 429 件減少しましたが、全相談件数が減少する中で「店舗購入」(構成比 31.7%) と「電話勧誘販売」(構成比 10.9%) の構成割合が増加しました。

・「通信販売」では、「デジタルコンテンツ」が前年度比 290 (26.8%) 減少しました。

・「店舗購入」では、「フリーローン・サラ金」が前年度比 42 件 (28%) 減少、「不動産貸借」が前年度比 42 件 (28.6%) 減少しましたが、「工事・建築」は前年度比 8 件 (9.2%) の減少に留まりました。

・「電話勧誘販売」では、「健康食品」が前年度 15 件から 103 件に大幅に増加しました。これは事前に電話して強引に送りつけようとする悪質商法が頻発したためです。

・「マルチ商法」、「ネガティブオプション」とも、「健康食品」に関する相談が最多でした。

## 6. 販売方法・手口別にみた概要

販売方法・手口	24年度	23年度	商品・役務名(24年度)					
			1		2		3	
家庭訪販	317	369	工事・建築	59	新聞	38	ソーラーシステム	26
無料商法	171	206	デジタルコンテンツ	99	インターネット接続 回線	8	ミネラルウォーター	5
利殖商法	99	118	ファンド型投資商品	40	公社債	21	株	16
二次被害	82	127	デジタルコンテンツ	16	資格講座	10	ファンド型投資商品	9
サイドビジネス商法	46	59	健康食品	10	他の内職・副業	7	デジタルコンテンツ	4
当選商法	38	46	宝くじ	12	デジタル コンテンツ	7	教養・娯楽サービスそ の他	7
次々販売	36	31	ふとん類	7	エステサービス	5	プレスレット	3
アポイントメントセールス	18	27	複合サービス会員	5	ネックレス	4	指輪、着物類	各2
点検商法	17	20	工事・建築	5	修理サービス、他の 台所用品	各3	ふとん類、住居管理 設備	各2
SF(催眠)商法	10	18	家庭用電気治療器 具	3	ふとん類	2	磁気治療器具、室内 装飾品、健康食品	各1

1件の相談で2つ以上の販売方法・手口が含まれる相談もあります。

- ・「次々販売」の相談のみ、前年度比 5 件増加しました。「ふとん類」・「エステティックサービス」が増加しました。
- ・相談件数の最も多い「家庭訪販」は、前年度比 52 件（14.1%）減少しました。「工事・建築」が前年度比 15 件（20.3%）減少しましたが、「新聞」、「ソーラーシステム」は横ばいでした。
- ・「無料商法」の相談は、前年度比 35 件（17%）減少しました。全相談中最も多い「デジタルコンテンツ」が前年度比 41 件（29.3%）減少しました。
- ・「利殖商法」の相談は前年度比 19 件（16.1%）減少しました。
- ・「二次被害」の相談は、前年度比 45 件（35.4%）の大幅減少でした。「デジタルコンテンツ」「資格講座」「ファンド型投資商品」の上位 3 商品の相談件数は前年度とで大きな変動はありませんでした。
- ・「サイドビジネス商法」の相談は、前年度比 13 件（22%）減少しました。
- ・「当選商法」の相談は、前年度比 8 件（17.4%）減少しました。なかでも「宝くじ」が前年度比 16 件（42.9%）の大幅減少でした。